

รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประจำเดือน มิถุนายน ๒๕๖๙

.....

๑. ภาพรวมเศรษฐกิจ/ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญ

๑.๑ การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

ตามการรายงานต่อการประชุมวิสามัญครั้งที่ ๑ สภาแห่งชาติชุดที่ ๑๐ เมื่อวันที่ ๖ กรกฎาคม ๒๕๖๙ ของนายกรัฐมนตรี (นายสอนไซ สีพันดอน) พบว่า เศรษฐกิจ สปป.ลาว ครึ่งปีแรก (ม.ค.-มิ.ย. ๖๙) เจริญเติบโตในระดับ ร้อยละ ๕.๐๐ รวมมูลค่าปัจจุบันในปีเป็นจำนวนเงิน ๑๙๙,๙๘๗ พันล้านกีบ หรือประมาณ ๘,๙๙๙.๔ ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็น ร้อยละ ๔๘.๐๐ ของแผนทั้งปี โดยภาค

- เกษตรกรรมขยายตัว ร้อยละ ๔.๓๐ หรือคิดเป็น ร้อยละ ๑๗.๔๐ ของ GDP
- อุตสาหกรรมขยายตัว ร้อยละ ๕.๑๐ หรือคิดเป็น ร้อยละ ๓๕.๐๐ ของ GDP
- การบริการขยายตัว ร้อยละ ๕.๓๐ หรือคิดเป็น ร้อยละ ๓๗.๒๐ ของ GDP
- ภาษีอากรขยายตัว ร้อยละ ๔.๙๐ หรือคิดเป็น ร้อยละ ๑๐.๕๐ ของ GDP

จัดเก็บรายรับเข้างบประมาณแห่งรัฐได้ทั้งหมดเป็นจำนวนเงิน ๔๔,๙๕๖ พันล้านกีบ หรือประมาณ ๒,๐๒๓.๐๒ ล้านดอลลาร์สหรัฐ เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาปริมาณเงินเพิ่มขึ้น ๗,๑๙๘ พันล้านกีบ ประมาณ ๓๒๓.๙๑ ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือขยายตัวคิดเป็น ร้อยละ ๑๙.๐๐

นอกจากนี้รัฐบาลฯ ยังให้ความสำคัญกับการดำเนินการตามนโยบายเงินตราแบบผสมผสานหลายรูปแบบ และคุ้มครองอัตราแลกเปลี่ยนตามกลไกตลาด อัตราดอกเบี้ยพื้นฐาน (สกุลเงินกีบ) ปรับลดลงจากร้อยละ ๘.๕๐ ต่อปีมาเป็น ร้อยละ ๘.๐๐ ต่อปี การสำรองเงินตราต่างประเทศพอเพียงกับการชำระค่าสินค้านำเข้าสินค้า ๕.๑๗ เดือน หนี้ที่ไม่เกิดผล (NPLs) สามารถควบคุมให้อยู่ในระดับเพียง ร้อยละ ๐.๙๘ ค่าของเงินกีบมีเสถียรภาพเพิ่มมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับระยะเวลาเดียวกันของปี ๒๕๖๘ อ่อนค่าลงเพียง ร้อยละ ๓.๐๙ ปริมาณเงิน M๒ ขยายตัวเพิ่มขึ้นเพียงระดับ ร้อยละ ๑๕.๙๐

๑.๒ ภาวะการลงทุน

รัฐบาล สปป.ลาว อนุมัติให้นักลงทุนจากจีน บริษัท Lao Yijin Engineering Construction Co., Ltd สัมปทานพื้นที่สนามบินเก่า (Old Vang Vieng Airstrip) เมืองวังเวียง แขวงเวียงจันทน์ ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวทางธรรมชาติยอดนิยมของ สปป.ลาว เพื่อลงทุนดำเนินโครงการ Vang Vieng Central Plaza ถือเป็นหนึ่งในโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์และการท่องเที่ยวขนาดใหญ่ที่สุดของแขวงเวียงจันทน์ในปัจจุบัน ใช้พื้นที่ (สนามบินเก่า) ก่อสร้างและดำเนินการของโครงการฯ จำนวน ๑๓๒ ไร่ ด้วยมูลค่าการลงทุน ๒๑๖ ล้านดอลลาร์สหรัฐ เริ่มวางศิลาฤกษ์การก่อสร้างเมื่อวันที่ ๑ มิถุนายน ๒๕๖๙ โดยการลงทุนในโครงการดังกล่าวรวมมีกิจกรรม ดังนี้

- ๑) ศูนย์การค้าและแหล่งช้อปปิ้ง
- ๒) โรงแรมระดับ ๕ ดาว
- ๓) โรงพยาบาลเอกชน
- ๔) ศูนย์วัฒนธรรมและสวนสาธารณะ
- ๕) พื้นที่กิจกรรมท่องเที่ยวและนันทนาการ

โครงการลงทุน Vang Vieng Central Plaza ถูกมองว่าเป็นสัญญาณชัดเจนของการเปลี่ยนผ่านวังเวียงจากเมืองท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและผจญภัย ไปสู่ “ศูนย์กลางการท่องเที่ยวและพาณิชย์กรรมสมัยใหม่ Tourism & Commercial Hub” ที่รองรับนักท่องเที่ยวกำลังซื้อสูงจากจีน ไทย เวียดนาม และประเทศอาเซียน โดยคาดว่าจะเป็นหนึ่งในตัวขับเคลื่อนสำคัญของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) ในภาคการท่องเที่ยว

ของ สปป.ลาว ช่วงปี ๒๕๖๙-๒๕๗๔ นอกจากนี้ โครงการ Vang Vieng Central Plaza ไม่ใช่เป็นเพียงโครงการ อสังหาริมทรัพย์มูลค่า ๒๑๖ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เท่านั้น แต่เป็นโครงการเชิงยุทธศาสตร์ที่สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลง บทบาทของ สปป.ลาว โดยมีความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานภายใต้ยุทธศาสตร์ Belt and Road: BRI ของจีน และการเติบโตของเส้นทางรถไฟลาว-จีน หากดำเนินการได้ตามแผน โครงการนี้มีศักยภาพเป็นหนึ่งในแลนด์มาร์กเศรษฐกิจใหม่ของ สปป.ลาว ทั้งเป็นตัวเร่งสำคัญต่อการพัฒนา เศรษฐกิจของเมืองวังเวียงในระยะยาว

๑.๓ การบริโภคภายในประเทศ

ดัชนีการบริโภคภายในประเทศแบ่งตามหมวดสินค้าหลักของ สปป.ลาว ประจำเดือน มิถุนายน ๒๕๖๙ เมื่อเปรียบเทียบกับเดือน พฤษภาคม ๒๕๖๙ ปรับลดลง ร้อยละ -๐.๓๐ เมื่อเปรียบเทียบกับเดือน เดียวกันของปีที่ผ่านมา หรือเปรียบเทียบกับปีต่อไปปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๗.๔๐ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของราคา สินค้าและบริการในหมวดต่างๆ ดังนี้

๐ **หมวดคมนาคมและการขนส่ง** เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนต่อเดือนปรับดัชนีลดลง ร้อยละ -๒.๗๐ และเมื่อเปรียบเทียบกับปีต่อไปปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๑.๖๐ รายละเอียดดังนี้

- **เดือนต่อเดือน** สินค้าและบริการที่มีความผันผวนและปรับราคาลดลงได้แก่ น้ำมันเชื้อเพลิงปรับ ราคาลดลง ร้อยละ -๑๖.๔๐ รถจักรยานยนต์ปรับราคาลดลง ร้อยละ -๐.๑๐

- **ปีต่อปี** สินค้าและบริการที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ น้ำมันเชื้อเพลิงปรับราคา เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๔๘.๕๐ การบริการขนส่งปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๔๓.๒๐ พาหนะสำหรับการขนส่งปรับราคา เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒.๑๐

๐ **หมวดการรักษาสุขภาพและยา** เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนต่อเดือนปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑.๓๐ และเมื่อเปรียบเทียบกับปีต่อไปปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๑.๘๐ รายละเอียดดังนี้

- **เดือนต่อเดือน** สินค้าที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาและเครื่องมือ การแพทย์ปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑.๔๐ การให้บริการคนไข้ภายนอกปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๗๐ การให้บริการคนไข้ในโรงพยาบาลปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๖๐

- **ปีต่อปี** สินค้าที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาและเครื่องมือการแพทย์ ปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๒.๕๐ การให้บริการคนไข้ภายนอกปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๗.๕๐ การให้บริการ คนไข้ในโรงพยาบาลหรือคลินิกปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๗.๖๐

๐ **หมวดโรงแรมและร้านอาหาร** เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนต่อเดือนปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑.๒๐ และเมื่อเปรียบเทียบกับปีต่อไปปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๙.๘๐ รายละเอียดดังนี้

- **เดือนต่อเดือน** สินค้าและบริการที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ อาหาร และเครื่องดื่มในร้านอาหารปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑.๔๐ บ้านพักและโรงแรมปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑.๓๐

- **ปีต่อปี** สินค้าและบริการที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม ในร้านอาหารปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐.๔๐ โรงแรมและบ้านพักปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๖.๕๐

๐ **หมวดที่พักอาศัย น้ำประปา ไฟฟ้า และเชื้อเพลิงหุงต้ม** เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนต่อเดือนปรับ ดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๖๐ และเมื่อเปรียบเทียบกับปีต่อไปปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๐.๑๐ รายละเอียดดังนี้

- **เดือนต่อเดือน** สินค้าที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ ค่าบริการเก็บขยะปรับราคา เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๖.๔๐ การบำรุงรักษาและซ่อมแซมบ้านปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑.๘๐ พลังงานไฟฟ้าปรับราคา เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑.๒๐

- **ปีต่อปี** สินค้าที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ พลังงานไฟฟ้าปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๕๑.๘๐ น้ำประปาปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๔๕.๘๐ ค่าบริการเก็บขยะปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓๔.๘๐
- **หมวดสุราและยาสูบ** เมื่อเปรียบเทียบเดือนต่อเดือนปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๖๐ และเมื่อเปรียบเทียบปีต่อปีปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐.๔๐ รายละเอียดดังนี้
 - **เดือนต่อเดือน** สินค้าที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ สุราปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๘๐ เบียร์ปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๖๐ และยาสูบปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๑๐
 - **ปีต่อปี** สินค้าที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ สุราปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๘.๙๐ เบียร์ปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๗.๐๐ และยาสูบปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๔.๑๐
- **หมวดอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์** เมื่อเปรียบเทียบเดือนต่อเดือนปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๒๐ และเมื่อเปรียบเทียบปีต่อปีปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓.๓๐ รายละเอียดดังนี้
 - **เดือนต่อเดือน** สินค้าที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้น ได้แก่ ผักสดปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒.๗๐ เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๗๐ ข้าวสารปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๔๐
 - **ปีต่อปี** สินค้าที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ ผักสดปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๖.๔๐ ผลไม้ปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๙.๒๐ เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๕.๘๐ สัตว์ปีกปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๔.๕๐ ข้าวสารปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑.๑๐
- **หมวดสินค้าและบริการอื่นๆ** เมื่อเปรียบเทียบเดือนต่อเดือนปรับดัชนีลดลง ร้อยละ -๓.๔๐ และเมื่อเปรียบเทียบปีต่อปีปรับดัชนีเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๐.๑๐ รายละเอียดดังนี้
 - **เดือนต่อเดือน** สินค้าและบริการที่มีความผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ ทองคำรูปพรรณปรับราคาลดลง ร้อยละ -๖.๖๐
 - **ปีต่อปี** สินค้าและบริการที่มีการผันผวนและปรับราคาเพิ่มขึ้นได้แก่ ทองคำปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓๔.๔๐ ค่าประกันภัยรถยนต์ปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๕.๒๐ เครื่องใช้ในครัวเรือนปรับราคาเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒.๗๐

ตารางที่ ๑ ดัชนีการบริโภคแบ่งตามหมวดสินค้าและบริการประจำเดือน มิถุนายน ๒๕๖๙

ลำดับ ที่	รายการหมวดของสินค้า	ดัชนีราคาใช้			อัตราเงินเฟ้อ			
					เดือนต่อเดือน (%)		ปีต่อปี (%)	
		มิ.ย. ๒๕๖๘	พ.ค. ๒๕๖๙	มิ.ย. ๒๕๖๙	พ.ค. ๒๕๖๙	มิ.ย. ๒๕๖๙	พ.ค. ๒๕๖๙	มิ.ย. ๒๕๖๙
๑	หมวดอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	๒๖๕.๔๐	๒๗๓.๗๐	๒๗๔.๒๐	๑.๒๐	๐.๒๐	๔.๘๐	๓.๓๐
๒	หมวดสุราและยาสูบ	๒๒๐.๘๐	๒๔๒.๔๐	๒๔๓.๘๐	๐.๔๐	๐.๖๐	๑๐.๙๐	๑๐.๔๐
๓	หมวดเครื่องดื่มร้อนและรองเท้าน้ำ	๒๕๓.๔๐	๒๗๒.๘๐	๒๗๓.๑๐	๐.๔๐	๐.๑๐	๘.๓๐	๗.๘๐
๔	หมวดที่พักอาศัย น้ำประปา ไฟฟ้า และเชื้อเพลิงหุงต้ม	๒๓๓.๕๐	๒๗๘.๗๐	๒๘๐.๓๐	๑.๔๐	๐.๖๐	๒๐.๔๐	๒๐.๑๐
๕	หมวดเครื่องใช้ในครัวเรือน	๒๔๙.๖๐	๒๖๐.๙๐	๒๖๑.๔๐	๐.๓๐	๐.๒๐	๕.๘๐	๔.๗๐
๖	หมวดการรักษาสุขภาพและยา	๒๙๗.๓๐	๓๒๘.๒๐	๓๓๒.๓๐	๐.๒๐	๑.๓๐	๑๒.๐๐	๑๑.๘๐
๗	หมวดคมนาคมและการขนส่ง	๒๕๘.๓๐	๒๙๖.๒๐	๒๘๘.๒๐	-๖.๓๐	-๒.๗๐	๑๕.๕๐	๑๑.๖๐
๘	หมวดประกันภัย โทรคมนาคม และการสื่อสาร	๑๓๙.๘๐	๑๔๒.๘๐	๑๔๓.๐๐	๐.๑๐	๐.๑๐	๒.๓๐	๒.๓๐
๙	หมวดวัฒนธรรม การบันเทิง และการพักผ่อน	๑๘๒.๘๐	๑๙๕.๖๐	๑๙๕.๘๐	๐.๗๐	๐.๑๐	๗.๒๐	๗.๑๐
๑๐	หมวดการศึกษา	๑๖๕.๔๐	๑๘๕.๘๐	๑๘๕.๘๐	๐.๐๐	๐.๐๐	๑๒.๓๐	๑๒.๓๐
๑๑	หมวดโรงแรมและร้านอาหาร	๒๕๒.๔๐	๒๗๓.๙๐	๒๗๗.๒๐	๐.๓๐	๑.๒๐	๙.๑๐	๙.๘๐
๑๒	หมวดสินค้าและบริการอื่นๆ	๒๖๙.๐๐	๓๓๔.๔๐	๓๒๓.๐๐	-๒.๑๐	-๓.๔๐	๒๘.๐๐	๒๐.๑๐
	ดัชนีราคาการบริโภครวม	๒๕๑.๔๐	๒๗๐.๙๐	๒๗๐.๐๐	-๐.๕๐	-๐.๓๐	๙.๐๐	๗.๔๐

หมายเหตุ: ๑. เดือนธันวาคม ๒๕๕๘ เป็นเดือนเทียบฐานดัชนี = ๑๐๐ ๒. ข้อมูลจากกรมสถิติเศรษฐกิจ ศูนย์สถิติแห่งชาติ กระทรวงแผนการและการลงทุน

๑.๔ อัตราเงินเฟ้อ

อัตราเงินเฟ้อของ สปป.ลาว ในเดือน มิถุนายน ๒๕๖๙ ปรับเพิ่มขึ้นในระดับที่ช้าลงกว่าเดือนที่ผ่านมา โดยอยู่ในระดับ ร้อยละ ๗.๔๐ (เดือน มกราคม อยู่ในระดับ ร้อยละ ๕.๑๐ เดือน กุมภาพันธ์ อยู่ในระดับ ร้อยละ ๖.๒๐ เดือน มีนาคม อยู่ในระดับ ร้อยละ ๙.๗๐ เดือน เมษายน อยู่ในระดับ ร้อยละ ๑๐.๒๐ เดือน พฤษภาคม อยู่ในระดับ ร้อยละ ๙.๐๐) โดยหมวดสินค้าที่มีอัตราเงินเฟ้อเพิ่มขึ้นสูงอันดับแรกได้แก่ หมวดที่พักอาศัย น้ำประปา ไฟฟ้า และเชื้อเพลิงหุงต้มปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๐.๑๐ รองลงมาเป็นหมวดการศึกษา ปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๒.๓๐ หมวดการรักษาสุขภาพและ ยาปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๑.๘๐ หมวดคมนาคมและการขนส่งปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๑.๖๐ หมวดสุราและยาสูบปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐.๔๐ หมวดโรงแรมและร้านอาหารปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๙.๘๐ หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้าปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๗.๘๐ หมวดวัฒนธรรม การบันเทิงและการพักผ่อนปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๗.๑๐ หมวดเครื่องใช้ในครัวเรือนปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๔.๗๐ หมวดอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓.๓๐ หมวดไปรษณีย์ โทรคมนาคม และการสื่อสารปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒.๓๐ และหมวดสินค้าและบริการอื่นๆ ปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๑.๑๐

ตารางดัชนีการบริโภคภายในประเทศและอัตราเงินเฟ้อของ สปป.ลาว ประจำเดือน มิถุนายน ๒๕๖๙

Time	๒๐๒๖	
	CPI	Inflation Rate (Y.O.Y) %
January	๒๕๖.๘๐	๕.๑๐
February	๒๕๘.๗๐	๖.๒๐
March	๒๖๗.๐๐	๙.๗๐
April	๒๗๒.๒๐	๑๐.๒๐
May	๒๗๐.๙๐	๙.๐๐
June	๒๗๐.๐๐	๗.๔๐
July		
August		
September		
October		
November		
December		
C.Y. Ave.	๒๖๕.๙๓	๘.๐๐

แหล่งข้อมูล: กรมสถิติเศรษฐกิจ กระทรวงแผนการและการลงทุน สปป.ลาว

๑.๕ อัตราการว่างงาน

เดือนมิถุนายน ๒๕๖๙ ตลาดแรงงานของ สปป.ลาว ยังคงมีเสถียรภาพเมื่อพิจารณาจากอัตราการว่างงานที่อยู่ในระดับต่ำ โดยข้อมูลล่าสุดที่มีการเผยแพร่สะท้อนให้เห็นว่าอัตราการว่างงานอยู่ที่ประมาณ ร้อยละ ๑.๐๐-๑.๕๐ ของกำลังแรงงานทั้งหมด ซึ่งถือว่าต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับหลายประเทศในภูมิภาค อย่างไรก็ตาม ตัวเลขดังกล่าวไม่ได้สะท้อนสถานะตลาดแรงงานทั้งหมด เนื่องจากแรงงานจำนวนมากยังประกอบอาชีพในภาคเกษตรกรรม การจ้างงานนอกระบบ และการประกอบอาชีพอิสระ ส่งผลให้เกิดปัญหาการมีงานทำแต่รายได้ต่ำ (Underemployment) และผลิตภาพแรงงานที่ยังไม่สูงนัก แม้อัตราการว่างงานจะอยู่ในระดับต่ำก็ตาม

ความต้องการแรงงานในภาคพลังงานไฟฟ้า เหมือนแร่ การก่อสร้าง โครงสร้างพื้นฐาน โลจิสติกส์ การท่องเที่ยวและบริการ ยังคงเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีความต้องการแรงงานเพิ่มขึ้นตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการลงทุนจากต่างประเทศ โดยเฉพาะโครงการที่เชื่อมโยงกับจีนและประเทศอาเซียน ขณะที่การขยายตัวของการท่องเที่ยวและการค้าชายแดนช่วยสร้างการจ้างงานในภาคบริการอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม ตลาดแรงงาน สปป.ลาว ยังเผชิญความท้าทายจากการขาดแคลนแรงงานฝีมือ การย้ายถิ่นฐานของแรงงานไปยังประเทศเพื่อนบ้าน และความไม่สอดคล้องระหว่างทักษะของแรงงานกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม ซึ่งการพัฒนาทักษะแรงงาน การยกระดับผลิตภาพ และการสร้างงานที่มีคุณภาพยังเป็นประเด็นสำคัญต่อการสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระยะยาว โดยเฉพาะในภาคพลังงาน โครงสร้างพื้นฐาน และอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่

๒. สถานการณ์การค้า (การนำเข้า/การส่งออก) ของ สปป. ลาว

ข้อมูลจากกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้า โดยความร่วมมือจากกรมภาษี กระทรวงการเงิน พบว่า การค้าของ สปป.ลาว กับต่างประเทศประจำเดือน มิถุนายน ๒๕๖๙ มูลค่ารวมเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น ๑,๘๗๗.๐๙ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยการส่งออกมูลค่า ๘๐๕.๖๔ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ การนำเข้ามูลค่า ๑,๐๗๑.๔๕ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขาดดุลการค้า -๒๖๕.๘๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

สินค้าส่งออกสำคัญสิบอันดับแรกได้แก่ แร่โปแตช ร้อยละ ๑๖.๘๐ ทองคำผสมและทองคำแท่ง ร้อยละ ๑๒.๖๖ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ร้อยละ ๙.๙๒ ยางพารา ร้อยละ ๕.๙๐ กระดาษ และเครื่องใช้ที่ทำด้วยกระดาษ ร้อยละ ๕.๐๓ แร่ทองแดง ร้อยละ ๕.๐๒ ปศุสัตว์ (วัว ควาย) ร้อยละ ๓.๕๓ แป้งมันสำปะหลัง ร้อยละ ๒.๖๙ มันสำปะหลัง ร้อยละ ๐.๖๓ ชิ้นส่วนและส่วนอื่นๆ ของสัตว์ ร้อยละ ๐.๐๓ สินค้าอื่นๆ ร้อยละ ๓๗.๗๙

ส่งออกไปตลาดจีน ร้อยละ ๔๓.๓๔ เวียดนาม ร้อยละ ๑๗.๗๒ ไทย ร้อยละ ๙.๖๑ ออสเตรเลีย ร้อยละ ๖.๙๖ อินเดีย ร้อยละ ๖.๘๓ สหรัฐอเมริกา ร้อยละ ๓.๗๐ สวิตเซอร์แลนด์ ร้อยละ ๒.๗๓ สิงคโปร์ ร้อยละ ๑.๖๕ฮ่องกง ร้อยละ ๐.๗๒ กัมพูชา ร้อยละ ๐.๒๑ และตลาดอื่นๆ ร้อยละ ๖.๕๓

สินค้านำเข้าสำคัญสิบอันดับแรกได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์การไฟฟ้า ร้อยละ ๑๘.๑๔ พาหนะทางบก (ยกเว้นรถไถนาและรถจักรยานยนต์) ร้อยละ ๑๒.๕๕ น้ำมันดีเซล ร้อยละ ๑๑.๘๗ อัญมณีและเครื่องประดับวัตถุดิบ ร้อยละ ๑๐.๒๘ เหล็ก เหล็กกล้า และเครื่องใช้ที่ทำด้วยเหล็ก ร้อยละ ๔.๗๔ อุปกรณ์เครื่องจักรกล (ยกเว้นเครื่องจักรกลพาหนะ) ร้อยละ ๓.๗๓ สัตว์มีชีวิต ร้อยละ ๒.๘๑ น้ำมันเบนซิน ร้อยละ ๒.๔๐ สารเคมีและวัตถุแต่งสีอื่นๆ ร้อยละ ๒.๒๗ ผลิตภัณฑ์เคมีผสมสำเร็จรูป ร้อยละ ๑.๘๖ และสินค้าอื่นๆ ร้อยละ ๒๙.๓๕

นำเข้าจากจีน ร้อยละ ๔๔.๕๐ ไทย ร้อยละ ๔๑.๓๑ เวียดนาม ร้อยละ ๕.๙๑ ญี่ปุ่น ร้อยละ ๑.๘๐ สิงคโปร์ ร้อยละ ๑.๖๖ เกาหลีใต้ ร้อยละ ๐.๗๘ สหรัฐอเมริกา ร้อยละ ๐.๓๑ อินเดีย ร้อยละ ๐.๓๐ มาเลเซีย ร้อยละ ๐.๐๙ สวิตเซอร์แลนด์ ร้อยละ ๐.๐๒ และตลาดอื่นๆ ร้อยละ ๓.๓๒

๓. สถานการณ์และสถานะการแข่งขันของสินค้าและบริการเป้าหมายของไทยกับประเทศคู่แข่งสำคัญในตลาด สปป.ลาว

๓.๑ สถานะการแข่งขันของสินค้าและบริการเป้าหมายภายในตลาด

สถานะการแข่งขันของสินค้าและบริการภายในตลาด สปป.ลาว มีแนวโน้มรุนแรงขึ้นจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ การขยายตัวของการลงทุนจากต่างประเทศ และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม การขนส่งและโลจิสติกส์ ส่งผลให้ผู้ประกอบการจากไทย จีน และเวียดนามแข่งขันกันอย่างเข้มข้นในตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค วัสดุก่อสร้าง เครื่องใช้ไฟฟ้า และบริการด้านโลจิสติกส์ ทั้งนี้ สินค้าไทยยังคงมีความได้เปรียบ

ด้านคุณภาพ มาตรฐาน และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคชาวลาว ขณะที่สินค้าจีนสามารถแข่งขันด้านราคา ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และการเข้าถึงตลาดผ่านเครือข่ายการค้าชายแดน ส่วนสินค้าจากเวียดนาม มีบทบาทเพิ่มขึ้นในกลุ่มสินค้าเกษตรแปรรูป วัสดุก่อสร้าง และสินค้าอุปโภคบริโภค

ด้านภาคบริการ ธุรกิจโลจิสติกส์ การขนส่ง การท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับพลังงาน และการก่อสร้างยังคงขยายตัวตามการเพิ่มขึ้นของกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการลงทุน ส่งผลให้ความต้องการบริการที่มีมาตรฐานและใช้เทคโนโลยีเพิ่มสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการยังเผชิญข้อจำกัดจากต้นทุนการดำเนินธุรกิจ ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน และกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่ ดังนั้น การพัฒนาคุณภาพสินค้า การสร้างความแตกต่างของแบรนด์ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจจะเป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มโอกาสการขยายตลาดใน สปป.ลาว ในระยะต่อไป

๓.๒ กลยุทธ์ของประเทศ/บริษัทต่างชาติที่เป็นคู่แข่ง

๓.๒.๑ กลยุทธ์ของประเทศคู่แข่ง

การแข่งขันในตลาด สปป.ลาว โดยเฉพาะจีน เวียดนาม เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น ยังคงดำเนินกลยุทธ์เชิงรุกเพื่อขยายอิทธิพลทางเศรษฐกิจผ่านการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน การลงทุน และความร่วมมือระดับรัฐบาลต่อรัฐบาล (G๒G) อย่างต่อเนื่อง จีนมุ่งเสริมบทบาทภายใต้กรอบความร่วมมือแม่น้ำล้านช้าง-แม่โขง (Lancang-Mekong Cooperation: LMC) พร้อมจัดตั้งกองทุนความร่วมมือเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนโครงการพัฒนา และเพิ่มการเชื่อมโยงด้านโลจิสติกส์และพลังงานระหว่างสองประเทศ ขณะที่ญี่ปุ่นเน้นการลงทุนด้านอุตสาหกรรมสีเขียว นวัตกรรม และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เวียดนามใช้ความสัมพันธ์เชิงยุทธศาสตร์ และเครือข่ายธุรกิจเดิมเพื่อขยายการลงทุนในภาคเกษตร พลังงาน และการค้า ส่วนเกาหลีใต้มุ่งเน้นเรื่องการขยายตลาดสินค้าอุตสาหกรรม นวัตกรรมยานยนต์ อาหาร เครื่องดื่มและบริการท่องเที่ยว ซึ่งการแข่งขันดังกล่าว สะท้อนว่าประเทศคู่แข่งมิได้แข่งขันด้วยราคาเพียงอย่างเดียว แต่ใช้การบูรณาการนโยบายการต่างประเทศ การเงิน และการลงทุนเพื่อสร้างความได้เปรียบระยะยาว ดังนั้น ไทยควรเร่งพัฒนาความร่วมมือภาครัฐ-เอกชน กระตุ้นการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทาน และผลักดันการลงทุนในสาขาที่ไทยมีศักยภาพ เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาด สปป.ลาวอย่างยั่งยืน

๓.๒.๒ กลยุทธ์ของบริษัทต่างชาติ

บริษัทต่างชาติที่ดำเนินธุรกิจใน สปป.ลาว โดยเฉพาะจากจีน เวียดนาม ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ยังคงใช้กลยุทธ์การลงทุนเชิงรุก โดยมุ่งขยายธุรกิจในด้านพลังงาน โครงสร้างพื้นฐาน โลจิสติกส์ เหมืองแร่ การเกษตร และการค้าสมัยใหม่ ผ่านการร่วมทุนกับภาคเอกชนลาวและการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานระดับภูมิภาค บริษัทจีน ยังคงได้เปรียบด้านเงินทุน เทคโนโลยี และการพัฒนาโครงการแบบครบวงจร ขณะที่บริษัทเวียดนามใช้ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและเครือข่ายธุรกิจเดิมเพื่อรักษาฐานตลาด ส่วนบริษัทญี่ปุ่นและเกาหลีใต้มุ่งเน้นการลงทุนที่ใช้เทคโนโลยีและมาตรฐานการดำเนินธุรกิจระดับสูง การแข่งขันที่ทวีความเข้มข้นสะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการไทยควรเร่งยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน พัฒนานวัตกรรมสินค้าและบริการ สร้างความร่วมมือกับพันธมิตรท้องถิ่น และใช้ประโยชน์จากความสามารถได้เปรียบด้านภูมิศาสตร์และความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ เพื่อรักษาและขยายส่วนแบ่งตลาดใน สปป.ลาว อย่างยั่งยืน

๓.๓ ความต้องการสินค้าและบริการ และแนวโน้มตลาด

ความต้องการสินค้าและบริการใน สปป.ลาว เดือน มิถุนายน ๒๕๖๔ มีแนวโน้มขยายตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป จากแรงสนับสนุนของการบริโภคภาคเอกชน การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน และการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวและการค้าชายแดน สินค้าที่มีความต้องการเพิ่มขึ้น ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค อาหาร เครื่องดื่ม

วัสดุก่อสร้าง เครื่องจักรกลการเกษตร ยานยนต์และชิ้นส่วน รวมถึงผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ ขณะที่ภาคบริการมีการเติบโตในธุรกิจโลจิสติกส์ ค้าปลีก การเงิน ดิจิทัล และการท่องเที่ยว สำหรับเดือน กรกฎาคม ๒๕๖๙ คาดว่าตลาดจะขยายตัวต่อเนื่องจากการเร่งดำเนินโครงการลงทุนของภาครัฐ การเพิ่มขึ้นของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และการเชื่อมโยงการค้ากับประเทศเพื่อนบ้านผ่านโครงข่ายคมนาคมที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการควรติดตามความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ต้นทุนการนำเข้า และการแข่งขันจากสินค้าประเทศคู่แข่ง ซึ่งอาจส่งผลต่อกำลังซื้อและโครงสร้างการแข่งขันในตลาด สปป.ลาว โดยผู้ประกอบการไทยควรเน้นการพัฒนาคุณภาพสินค้า การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการใช้ช่องทางการตลาดดิจิทัลเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

.....

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เวียงจันทน์
กรกฎาคม ๒๕๖๙